

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas mengenai (A) latar belakang; (B) rumusan masalah; (C) tujuan penelitian; (D) kerangka konseptual mengenai: *petama*, manajemen penyiaran, *kedua*, interaksi sosial, *ketiga*, keberhasilan program; dan (E) metodologi penelitian;

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia penyiaran yang cukup kompetitif memaksa pengelola untuk melakukan segmentasi pendengar melalui aneka program acara tertentu. Pada hakikatnya, penyiaran (*broadcasting*) adalah keseluruhan proses penyampaian siaran yang dimulai dari penyiapan materi produksi, produksi, penyiapan bahan siaran, kemudian pemancaran sampai kepada penerimaan siaran tersebut oleh pendengar disuatu tempat (Djamal dan Fachruddin, 2011: 45). Dalam konteks penyiaran ini, radio merupakan salah satu bentuk media berbasis audio (suara) sebagai media penyiaran yang efisien dalam mencapai audiensi secara masal. Oleh karena itu, banyak pihak mendirikan radio untuk menyiarkan beragam acara baik untuk kepentingan komunitas, bisnis maupun publik. Seiring dengan pertumbuhan massif radio maka tingkat persaingan stasiun radio di kota-kota besar dewasa ini cukup tinggi dalam merebut perhatian pendengar. Jumlah stasiun radio yang semakin banyak mengharuskan pengelola stasiun radio untuk berlomba menarik perhatian pendengarnya dan kemudian mengikatnya dengan aneka acara agar mereka setia pada radio tersebut. Untuk itu, setiap produksi

program acara harus mengacu pada kebutuhan pendengar yang menjadi target stasiun radio agar dapat meraih pendengar setia. Mereka melakukan segmentasi pendengar dengan bidikan mata acara yang dikelola.

Sebagai salah satu stasiun radio di Yogyakarta, Radio Geronimo memilih target pendengarnya yaitu anak muda, yang berusia dari 15 sampai 24 tahun. Pada rentang usia ini kalangan anak sekolah dan mahasiswa menjadi segmen utama. Untuk menjaga eksistensinya di kalangan ini, lagu atau musik menjadi andalan bagi radio, termasuk Radio Geronimo. Di samping program acara yang menonjolkan lagu-lagu yang selalu *update*, Geronimo juga memiliki program acara seputar kehidupan sehari-hari, pendidikan, hobi, maupun *lifestyle* anak muda. Program acara tersebut yaitu, Kos-kosan Gayam, Rockin School, G-Screen, Kedai 24, Ngakor-ngidul, Kongkow Bisnis, dan Angkringan Gayam. Aneka program siaran ini dimaksudkan untuk memperoleh perhatian dari segmen pendengar muda yang menjadi target sasarannya.

Kajian terhadap Radio Geronimo ini akan difokuskan pada salah satu program acara, yaitu “Angkringan Gayam”. Acara ini berkonsep *talk show* yang mendatangkan komunitas atau lembaga tertentu untuk membahas suatu topik yang berkembang di kalangan anak muda. Terbentuk dan berlangsungnya sebuah program acara tentu tidak akan berhasil tanpa adanya manajemen yang baik. Keberhasilan media penyiaran sejatinya ditopang oleh kreatifitas manusia yang bekerja pada tiga pilar utama yang vital yang dimiliki setiap media penyiaran yaitu teknik, siaran, dan administrasi (Morissan, 2011: 133). Ketiga bagian vital tersebut merupakan bagian dari kesatuan tubuh organisasi, sebagaimana dialami

pula oleh Radio Geronimo. Secara demikian, organisasi penyiaran adalah tempat orang-orang penyiaran (siaran-teknik-administrasi) saling bekerja sama dalam merencanakan, memproduksi atau mengadakan materi siaran, dan sekaligus menyiarkan dalam usaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Wahyudi, 1994: 78). Organisasi penyiaran itu ditopang oleh aneka program acara, salah satunya adalah “Angkringan Gayam” yang menjadi fokus kajian ini.

Dalam lingkup program acara “Angkringan Gayam”, seorang produser bertanggung jawab untuk menjalankan berbagai aspek yang mendukung baik sebelum hingga berlangsungnya acara. Untuk mencapai tujuan agar acara “Angkringan Gayam” dapat berlangsung, diperlukan manajemen penyiaran yang baik, sebagaimana tahapan manajemen pada umumnya, maka produser perlu melakukan perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan atau memberikan pengaruh (*directing/influencing*), serta pengawasan (*controlling*).

Meskipun komponen manajemen itu telah dimiliki, namun pada prosesnya program acara tetap saja memiliki permasalahan yang harus dipecahkan. Berdasarkan data penulis selama melakukan kegiatan *Internship pada* Radio Geronimo, terutama pada program acara “Angkringan Gayam”, penulis menemukan permasalahan yaitu tamu komunitas yang diundang terkadang tidak hadir tanpa pemberitahuan terlebih dahulu. Mengapa pola manajemen siaran yang telah ditentukan belum mampu mengatasi ketidakhadiran tamu undangan siaran yang telah ditetapkan sebelumnya? Sudah barang tentu, permasalahan ini menjadi penghambat berlangsungnya acara “Angkringan Gayam”. Bila diabstraksikan,

masalah itu berkaitan dengan pelaksanaan manajemen penyiaran. Untuk itu, penulis akan berfokus pada problematika manajemen penyiaran ini sebagai fokus penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI). Temuan pada KTI diharapkan dapat memberikan sumbangan solusi pada program acara ini,

Oleh karena tahapan manajemen penyiaran telah tertuang di dalam pengelolaan program acara ini, maka penulis menduga problema itu berkaitan dengan interaksi sosial pada elemen-elemen tahapan manajemen penyiaran itu. Dengan demikian, berbeda dari ilmu komunikasi dan manajemen, konsep manajemen penyiaran ini hendak dikaji dari perspektif sosiologis, yaitu mengenai interaksi antarpelaku (sosial) di dalam proses manajemen penyiaran itu. Maka, interaksi antarpihak, baik internal maupun eksternal radio, akan menjadi perhatian utama dalam pengumpulan data.

Di dalam interaksi sosial ini terkandung sejumlah konsep lain, misalnya kontak sosial (*social contact*), komunikasi (*communication*) dan proses interaksi sosial (*process of social interaction*). Seluruh konsep ini berada di dalam konsep besar mengenai interaksi sosial, yang *nota-bene* menjadi perspektif sosiologis dalam memahami manajemen penyiaran yang memiliki aneka komponen di dalamnya. Karena aneka keterbatasan dan problema yang penulis temukan dalam *Internship* maka tidak semua aspek yang bertautan dengan perspektif sosiologis penulis angkat pada tulisan ini. Agar lebih terarah maka penulis mengkhususkannya pada konsep-konsep tertentu yang akan dibahas, sesuai dengan problema yang penulis temukan dalam *Insternship*.

Oleh karena keberhasilan suatu radio ditentukan oleh keberhasilan program acara, maka kajian terhadap proses interaksi sosial di dalam manajemen penyiaran suatu program acara menemukan urgensinya. Kebelum berhasilan program acara di mana penulis melakukan *Internship* diduga karena belum bisa memaksimalkan peran interaksi sosial ini dengan beragam pihak terkait.

Untuk membatasi kajian, supaya mendalam, maka penulis memilih program acara “Angkringan Gayam” sebagai “obyek” kajian. Para pengelola di dalamnya, dan para tamu yang mereka undang, akan menjadi informan kajian ini. Tercapainya tujuan suatu program acara, selain dapat dibandingkan dengan perumusan tujuan awal suatu program acara siaran, hal ini dapat dicermati dari tanggapan para pengelola, tamu siaran, dan pendengar program acara “Angkringan Gayam” yang dapat dilacak melalui wawancara maupun tulisan pada media sosial *Twitter*, baik ketika *on air* maupun setelah acara selesai sebagaimana diungkapkan pada *Twitter*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, yang menjadi rumusan masalah dalam KTI ini adalah:

1. Bagaimanakah pengaruh interaksi sosial terhadap keberhasilan pelaksanaan manajemen penyiaran pada program acara “Angkringan Gayam” di Radio Geronimo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian KTI ini adalah:

1. Untuk memahami proses manajemen penyiaran pada program acara “Angkringan Gayam”.
2. Untuk memahami pengaruh interaksi sosial di dalam proses manajemen penyiaran
3. Untuk menemukan solusi terhadap problem ketidak-efektifan pelaksanaan manajemen penyiaran pada program acara “Angkringan Gayam”.

D. Tinjauan pustaka (*Literature review*)

1. Judul: Penurunan Produktivitas Kerja Karyawan Radio di Stasiun 88.7 FM I-Radio Jogja

Oleh Chanisia Bety Kristyaningrum

Sumber: <http://e-journal.uajy.ac.id/3265/1/OSOS02518.pdf>

Kata kunci : Produktivitas Kerja, Karyawan, Radio

Pada jurnal ini menyatakan bahwa adanya penurunan produktivitas kerja karyawan 88.7 FM I-Radio Jogja. Konsep yang digunakan adalah konsep produktivitas kerja dan konsep manajemen. Dari kedua konsep ini analisis yang didapat adalah pihak manajemen radio belum memaksimalkan sistem pada manajemen tersebut.

Disini saya belajar dan mengambil analisa bahwa manajemen pada radio sangat dibutuhkan dalam pengelolaan program acara maupun mengorganisir kinerja karyawannya. Manajemen, oleh karena radio sebagai objek, maka perlu lebih spesifik untuk menggunakan manajemen penyiaran.

2. Judul: Faktor-faktor Penting Daya Tarik Stasiun Radio Bagi Pendengar Radio di Kota Semarang

Oleh Naiza Rosalia

Sumber: ejournal.undip.ac.id/index.php/interaksi/article/view/4450/4058

Penelitian pada jurnal ini menggunakan kuisioner, karena keterbatasan saya, maka langsung melihat pada pembahasan. Ada 4 faktor yang merupakan daya tarik stasiun radio di Semarang:

- Faktor program siaran, terdiri dari kualitas pemancar, musik, program *games*.
- Faktor materi siaran, terdiri dari penyiar, posisi *brand*, berita dan *Facebook*.
- Faktor *Audio environment*, terdiri dari efek suara dan *feature*
- Faktor *Brand Activation*, terdiri dari radio *streaming*, *off air*, dan *endorser*.

Pada faktor program siaran dan faktor materi siaran, ada keterkaitan dengan KTI saya. Interaksi dengan pendengar menjadi salah satu faktor yang mendukung daya tarik radio kepada pendengar, melalui program *games*. Seperti yang dilakukan pula pada “Angkringan Gayam”, *games* dapat dikatakan sama dengan kuis untuk menarik pendengar.

Sedangkan pada faktor materi siaran, terdapat kesamaan pula dengan “Angkringan Gayam” bahwa interaksi penyiar dengan materi siaran dapat “menjembatani” pendengar. Poin berikutnya adalah adanya media sosial

Facebook yang dikatakan pada jurnal ini digunakan penyiar sebagai media interaksi dengan pendengar, begitu pula pada “Angkringan Gayam”.

3. Judul: Kepuasan Pendengar terhadap Program Sonora News di Radio Sonora Surabaya

Oleh Eunike Laura C.S., Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

Sumber: studentjournal.petra.ac.id/index.php/ilmukomunikasi/article/view

Jurnal ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, melalui kuisioner. Kembali pada kurangnya pemahaman mengenai metode kuantitatif, saya akan memaparkan beberapa indikator yang digunakan. Penelitian ini memaparkan beberapa indikator pendengar memiliki motif pada radio, khususnya program “Sonora News” yaitu pengalihan, pengawasan, informasi/berita dan kebiasaan/ritualistic nature. Hasil penelitian ini memperlihatkan kepuasan pendengar akan berita yang disajikan “Sonora News” akan kebutuhan pendengar akan aktualitas. Indikator ini juga sepaham dengan “Angkringan Gayam”, yang memenuhi kebutuhan pendengar akan aktualitas melalui komunitas-komunitas yang diundang.

Dari paparan diatas, terdapat beberapa kesamaan dengan Karya Tulis Ilmiah ini, seperti penyiar dengan pendengar, menggunakan media sebagai “jembatan” dengan pendengar, menggunakan *games* atau kuis untuk menarik pendengar, dan kebutuhan pendengar akan aktualitas. Kesamaan ini menjadi pijakan penulis untuk mengembangkan konsep-konsep mengenai interaksi dan manajemen penyiaran untuk mengelola program acara, khususnya “Angkringan Gayam”.

E. Kerangka Konseptual

Radio merupakan institusi sosial kata Horton dan Hunt, (dalam Johnson Doyle P. 1986), yang menjelaskan bahwa “institusi sosial adalah suatu sistem hubungan sosial terorganisasi, yang memperlihatkan nilai-nilai dan prosedur-prosedur bersama, dan yang memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar tertentu dari masyarakat”. Sementara itu Leopold von Wiese dan Howard Becker (dalam Soekanto, 2006: 173) melihat institusi sosial atau lembaga kemasyarakatan dari sudut fungsinya. Menurut mereka lembaga kemasyarakatan merupakan suatu jaringan proses-proses hubungan antara manusia dan antara kelompok manusia yang berfungsi untuk memelihara hubungan-hubungan tersebut serta polanya, sesuai dengan kepentingan-kepentingan manusia dan kelompoknya.

Radio adalah media komunikasi massa di tengah masyarakat yang heterogen dengan segala macam kompleksitas. Dalam mengolah siaran, radio memiliki materi dasar audio atau suara melalui musik dan kata yang diproses melalui transmisi teknologi dan pemrograman kreatif kepada publik. Publik menaruh harapan pada radio sebagai institusi sosial agar materi siarannya sesuai dengan dinamika pendengar yang makin kritis dan dinamika kehidupan yang makin kompleks.

Radio merupakan sebuah institusi sosial dimana terdapat banyak jaringan kepentingan publik. Perspektif sosiologi dapat melihat jaringan tersebut dengan berbagai sudut pandang, seperti birokrasi, dominasi kekuasaan, stratifikasi sosial, *stereotype*, dan lain-lain. Oleh karena riset harus membatasi diri, sesuai dengan

aneka keterbatasan peneliti, maka dalam kajian ini radio hanya dikaji melalui konsep-konsep tertentu. Sementara itu, radio sebagai sebuah institusi sosial bersifat sistemik, sehingga dalam mengkajinya peneliti harus memilih dan membatasi diri pada konsep tertentu. Konsep sosiologi yang dipilih adalah interaksi sosial, oleh karena penulis menduga bahwa optimalisasi interaksi sosial akan memberikan kontribusi dalam keberhasilan penyiaran. Sosiologi merupakan dasar dari segala aspek kehidupan manusia. Sedangkan konsep manajemen dan keberhasilan program menjadi bagian pula dalam interaksi.

E.1. Manajemen Penyiaran

Max Weber (dalam Liliweri, 1997: 6) mengatakan bahwa organisasi yang baik harus mempunyai struktur dan fungsi yang mampu menjelaskan pembagian tugas dan fungsi, spesialisasi, rentang kendali atau pengawasan, pola-pola hubungan kerja antarpribadi yang bersifat rasional dan impersonalitas, serta mekanisme “*reward and punishment*”.

Sebagaimana organisasi atau perusahaan lain, media penyiaran menggunakan manajemen dalam menjalankan kegiatannya, dan setiap orang yang mempunyai tanggung jawab atas bawahan dan sumber daya organisasi lainnya dengan menjalankan fungsi manajemen disebut dengan manajer. Pada dasarnya, manajemen dibutuhkan oleh semua organisasi karena tanpa manajemen semua usaha akan sia-sia dan pencapaian tujuan akan menjadi lebih sulit. Ada tiga alasan utama mengapa manajemen diperlukan: *Pertama*, manajemen dibutuhkan untuk mencapai tujuan organisasi.

Kedua, untuk menjaga keseimbangan. Manajemen dibutuhkan untuk menjaga keseimbangan antara tujuan-tujuan, sasaran-sasaran, dan kegiatan-kegiatan yang saling bertentangan dari pihak-pihak yang berkepentingan dalam organisasi.

Ketiga, untuk mencapai efisiensi dan efektivitas. Suatu kerja organisasi dapat diukur dengan banyak cara berbeda, salah satu cara umum yang banyak digunakan adalah dengan menggunakan patokan efisiensi dan efektivitas. (Morissan, 2011: 135).

Seperti telah dipaparkan di atas bahwa suatu organisasi terbentuk tentu memiliki tujuan tertentu untuk dicapai. Pencapaian tujuan organisasi tersebut membutuhkan manajemen yang baik dari pada personil atau anggota organisasi. Menurut Wayne Mondy (1983) manajemen penyiaran adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan memberikan pengaruh, serta pengawasan untuk mencapai tujuan organisasi melalui koordinasi penggunaan sumber daya manusia dan materi.

Seperti telah terpapar di atas, penulis akan menggunakan definisi manajemen penyiaran menurut Wayne Mondy (sebagaimana dikutip oleh Morissan, 2011: 136), yaitu bahwa suatu manajemen penyiaran terdiri dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan memberikan pengaruh, serta pengawasan. Setiap komponen manajemen penyiaran tersebut akan dibahas sebagaimana berikut.

E.1.1. Perencanaan (*planning*)

Perencanaan mencakup kegiatan penentuan tujuan (*objectives*) media penyiaran serta mempersiapkan rencana dan strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam perencanaan harus diputuskan “apa yang harus dilakukan, kapan melakukannya, bagaimana melakukannya, dan siapa yang melakukannya”. Berikut adalah aspek-aspek dalam perencanaan:

Rencana strategis (*strategic plans*), berguna untuk memperkirakan atau membangun tujuan ke depan yang diinginkan, mengantisipasi bila ada yang menghalangi tercapainya tujuan, serta merumuskan rencana untuk mencapai keadaan yang diinginkan.

Strategi setiap organisasi selalu mempunyai strategi untuk kelancaran berjalannya suatu organisasi dalam pencapaian tujuan. Untuk memulai perencanaan strategis (*strategic planing*), berangkat dari pemilihan tujuan organisasi, penentuan strategi, kebijaksanaan dan program strategis untuk mencapai tujuan tersebut, sampai penetapan metode untuk menjamin bahwa strategi dan kebijakan telah diimplementasikan.

Rencana operasional merupakan bagian dari bagaimana rencana strategis akan dicapai. Rencana operasional terdiri dari “rencana sekali pakai” (*single use plans*) dan “rencana tetap” (*standing plans*). Rencana sekali pakai dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dan tidak digunakan kembali abila tujuan sudah tercapai. Sedangkan rencana tetap berupa kebijaksanaan dan prosedur standar dalam organisasi.

Kebijakan (*policy*) diperlukan untuk menentukan apa yang akan dibuat dan menegaskan apa yang tidak dapat dibuat untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Untuk menentukan mengenai apa yang harus dikerjakan ini disebut dengan teori kerja (*working theory*) atau prosedur standar, sering disebut SOP (*Standard Operating Procedure*) yang merupakan pedoman untuk melaksanakan kebijaksanaan.

E.1.2. Pengorganisasian (*organizing*)

Pengorganisasian merupakan proses menjalankan organisasi yang berpegang pada struktur organisasi yang sesuai dengan tujuan organisasi, sumber daya yang dimiliki dan lingkungan yang melingkupinya. Berikut adalah bagian dari pengorganisasian:

Pimpinan stasiun penyiaran harus mampu memberikan masukan dalam hal pemilihan program, merancang bentuk-bentuk promosi, merencanakan strategi penjualan, serta merencanakan kerja sama dengan pihak-pihak luar.

Struktur organisasi tergantung pada besar kecilnya organisasi dan kebutuhannya. Organisasi penyiaran biasanya terdiri dari beberapa bagian fungsi dasar dan pembagian tugas. Menurut Willis dan Aldridge (1991) dalam buku Morissan (2011: 155), stasiun penyiaran pada umumnya memiliki empat fungsi dasar, yaitu: (1) Teknik, (2) Program, (3) Pemasaran, dan (4) Administrasi.

E.1.3. Pengarahan dan Memberikan Pengaruh (*directing and influencing*)

Menurut Peter Pringle (1991) (dalam Morissan, 2011: 162) mengemukakan bahwa fungsi memengaruhi atau mengarahkan secara terpusat mengenai stimulasi karyawan untuk melaksanakan tanggung jawab mereka secara antusias dan efektif. Upaya memberikan pengarah dan pengaruh memerlukan elemen-elemen sebagai berikut:

Motivasi. Keberhasilan stasiun penyiaran dalam mencapai tujuan terkait erat dengan tingkat kepuasan karyawan dalam memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan karyawan berupa apresiasi dari perusahaan (dalam hal ini stasiun penyiaran) menjadikan motivasi untuk mencapai kepuasan. Apresiasi dapat berupa nama jabatan (*job title*) dan tanggung jawab, atau pujian dan pengakuan prestasi. Jika semakin tinggi tingkat kepuasan karyawan, maka kemungkinan semakin besar loyalitas karyawan terhadap pencapaian tujuan stasiun penyiaran tersebut.

Komunikasi merupakan faktor yang sangat penting dalam stasiun penyiaran karena bergerak dalam bisnis komunikasi. Dengan komunikasi pula, karyawan mengetahui tugas dan tanggung jawab satu sama lain untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Kunci sukses manajemen stasiun penyiaran adalah komunikasi yang lancar antar personel suatu bagian dan antar bagian dalam struktur organisasi.

Kepemimpinan merupakan kemampuan dan sifat seperti kharisma, berpandangan ke depan (*visioner*), dan keyakinan diri (*self-confidence*) yang

dimiliki seseorang untuk memengaruhi orang lain agar bekerja mencapai tujuan dan sasaran. Seorang pemimpin dapat memengaruhi moral, kepuasan kerja dan tingkat perestasi karyawan.

Pelatihan dapat memberikan kesempatan kepada karyawan untuk mengembangkan diri dengan menambah wawasan dan keahlian mereka dengan mengikuti kursus, seminar, *workshop*, dan menghadiri asosiasi stasiun penyiaran. Dengan mengikuti kegiatan tersebut karyawan telah berkontribusi dan secara tidak langsung membantu mencapai tujuan dari stasiun penyiaran.

E.1.4. Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan memiliki beberapa fungsi, antara lain evaluasi (*evaluating*), penilaian (*appraising*), dan perbaikan (*correcting*). Dalam buku Morissan (2011: 167) Robert J. Mockler (1972) mengatakan:

“Pengawasan manajemen adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan-tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya, menentukan dan mengukur penyimpangan-penyimpangan serta mengambil tindakan koreksi yang diperlukan untuk menjamin bahwa semua sumber daya perusahaan digunakan dengan cara paling efektif dan efisien dalam pencapaian tujuan-tujuan perusahaan”.

Proses pengawasan dan evaluasi berguna untuk melihat sampai mana pencapaian tujuan stasiun penyiaran, bagian-bagian fungsi dalam struktur, dan karyawan. Pengawasan dan evaluasi secara berkala dapat membandingkan antara realitas kinerja yang telah dicapai dengan target tujuan yang direncanakan. Jika realitas kinerja dengan target timpang atau tidak sesuai, maka diperlukan langkah-langkah perbaikan.

Kinerja karyawan dalam manajemen stasiun penyiaran dapat diukur dengan konsep efisiensi dan efektivitas. **Efisiensi** merupakan kemampuan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dengan benar. Misalnya, seorang manajer yang efisien dapat mencapai keluaran yang lebih tinggi (hasil, produktifitas, *performance*) dibanding masukan (tenaga kerja, bahan, uang, peralatan, dan waktu). Sedangkan **efektivitas** merupakan kemampuan memilih teknik atau peralatan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Misalnya, seorang manajer yang efektif dapat memilih pekerjaan yang harus dilakukan atau cara yang tepat untuk mencapai tujuan.

Proses manajemen penyiaran tidak terlepas dengan interaksi yang terjadi antar personel dan fungsi dalam struktur stasiun penyiaran. Oleh karena itu, untuk membahas proses manajemen penyiaran di atas, penulis akan sampaikan mengenai kerangka konseptual interaksi sosial.

E.2. Interaksi Sosial

Penulis akan menggunakan konsep interaksi sosial dari Bungin (2006) untuk membahas interaksi yang terjadi dalam manajemen penyiaran. Interaksi sosial merupakan hubungan sosial yang dinamis menyangkut hubungan antara orang perorangan, antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia (Bungin, 2006: 55).

E.2.1. Syarat Interaksi Sosial

Menurut Bungin, syarat terjadinya interaksi sosial adalah adanya kontak sosial (*social contact*) dan komunikasi (*communication*). Syarat interaksi sosial tersebut akan dibahas dibawah ini.

a. Kontak sosial

Dalam tulisan Bungin (2006: 55), Soeryono Soekanto (2002) mengatakan, “*kontak sosial berasal dari bahasa latin con atau cum (bersama-sama) dan tango (menyentuh), jadi, secara harafiah adalah bersama-sama menyentuh*”. Namun, tidak hanya hubungan badaniah dengan menyentuh seseorang, kontak sosial juga dapat berhubungan dengan orang lain tanpa menyentuh, yaitu dengan menggunakan teknologi.

Secara konseptual kontak sosial dapat dibedakan antara kontak sosial primer dan kontak sosial sekunder. Kontak sosial primer yaitu kontak sosial yang terjadi secara langsung antara seseorang dengan orang atau kelompok masyarakat lainnya secara tatap muka, misalnya pertemuan dan terjadi percakapan antar individu atau dalam forum diskusi. Sedangkan kontak sosial sekunder terjadi melalui perantara yang sifatnya manusiawi maupun dengan teknologi, misalnya percakapan dengan menggunakan telepon atau teknologi internet. Kontak sosial ini berlaku juga pada stasiun penyiaran khususnya radio, karena seorang penyiar yang sedang mengudara membahas suatu topik tertentu dan mengundang audiensnya untuk mengirimkan pendapatnya melalui pesan singkat atau sosial media untuk dibaca, atau bisa juga melalui telepon yang langsung terhubung secara *live*.

b. Komunikasi

Menurut Bungin (2006: 57), sosiologi memahami komunikasi sebagai proses pemaknaan terhadap informasi, sikap, dan perilaku orang lain, sehingga berdasarkan pengalaman yang dimiliki, orang lain tersebut memberikan reaksi balik terhadap informasi, sikap, dan perilaku yang diterima. Proses pemaknaan tersebut berbentuk pengetahuan, pembicaraan, gerak-gerik atau sikap, perilaku dan perasaan. Proses komunikasi akan berjalan apabila audiens memaknai dan merespon pesan informasi yang diterima. Pemaknaan informasi bersifat subjektif dan kontekstual. Masih dengan contoh yang sama yaitu radio sebagai salah satu media dalam kontak sosial diatas, radio juga sebagai media komunikasi. Mengenai topik yang sedang dibahas oleh penyiar, respon pendapat audiens yang dikirimkan bersifat subjektif dan berdasarkan pengalaman mereka.

E.2.2. Proses-proses Interaksi Sosial

Gillin (dalam Bungin 2006: 58), menjelaskan bahwa ada dua golongan proses sosial sebagai akibat dari interaksi sosial, yaitu proses sosial asosiatif dan proses sosial disosiatif.

a. Proses Asosiatif

Proses asosiatif adalah sebuah proses sosial yang mengarah saling kerja sama untuk suatu tujuan bersama. Proses asosiatif ini mencakup dua aspek kerja sama dan akomodasi, sebagai berikut:

Kerjasama (*cooperation*) adalah usaha saling membantu antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok untuk mencapai tujuan bersama dan saling menguntungkan. Proses kerja sama terjadi apabila diantara individu atau kelompok tersebut memiliki kepentingan dan menyadari adanya ancaman yang sama. Misalnya dalam stasiun penyiaran menjalin kerja sama dengan pihak sponsor, stasiun penyiaran mendapatkan sumber dana sedangkan pihak sponsor menjalankan program sosial perusahaannya atau *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Akomodasi (*accomodation*) adalah proses sosial dengan dua makna, *pertama*, adalah proses sosial dalam interaksi antara individu dan antar kelompok pada posisi yang seimbang (*equilibrium*), mengikuti norma-norma dan nilai-nilai sosial yang berlaku pada lingkup tertentu. *Kedua*, adalah suatu proses sosial yang bertujuan untuk meredakan suatu konflik atau pertentangan yang terjadi, baik di antara individu, kelompok, dan masyarakat, maupun dengan norma dan nilai yang berlaku pada lingkup tertentu.

b. Proses Disosiatif

Bila penjelasan tentang proses asosiatif di atas cenderung positif, lain halnya dengan proses disosiatif. Proses sosial disosiatif merupakan proses perlawanan (oposisi) yang dilakukan oleh individu-individu dan kelompok dalam proses sosial. Oposisi diartikan sebagai cara berjuang melawan seseorang atau kelompok tertentu atau norma dan nilai yang berlawanan dengan tujuan-tujuan yang sudah

ditentukan. Bentuk-bentuk proses disosiatif adalah persaingan, kontroversi, dan konflik.

Persaingan (*competition*) adalah proses sosial di mana individu atau kelompok-kelompok berjuang dan bersaing secara sehat untuk mencari keuntungan tertentu, tanpa menggunakan acaman atau kekerasan. Misalnya dalam persaingan antar radio yang semakin banyak di Yogyakarta, radio-radio tersebut membuat program acara yang menarik bagi audiens, baik dari jenis acara, isi acara, maupun siapa yang terlibat dalam acara tersebut.

Kontroversi (*controvertion*) adalah proses sosial yang berada antara persaingan dan pertentangan atau pertikaian. Kontroversi adalah proses sosial di mana terjadi pertentangan pada tataran konsep dan wacana, sedangkan pertentangan atau pertikaian telah memasuki unsur-unsur kekerasan dalam proses sosialnya.

Konflik (*conflict*) adalah proses di mana individu ataupun kelompok menyadari memiliki perbedaan-perbedaan, misal dalam ciri badaniah, emosi, unsur-unsur kebudayaan, pola-pola perilaku, prinsip, politik, ideologi maupun kepentingan dengan pihak lain.

Penulis melihat kecenderungan adanya proses asosiatif dalam Radio Geronimo, khususnya “Angkringan Gayam”, karena produser dan penyiar saling bekerja sama untuk mewujudkan berjalannya acara. Meskipun seorang produser lebih banyak berperan, namun posisi dengan penyiar tetap sejajar karena mereka sama-sama penyiar yang merangkap sebagai produser program acara yang

berbeda di Radio Geronimo. Lingkup keorganisasian yang kecil menghasilkan hubungan antar personel bersifat kekeluargaan. Adapun masalah yang tidak terlalu besar, maka permasalahan dapat diselesaikan secara *fair*, sehingga gerakan disosiatif tidak muncul.

E.3. Keberhasilan Program

Penulis akan menggunakan konsep keberhasilan program dari Morissan (2011) untuk melihat pencapaian peranan interaksi sosial dari manajemen penyiaran. Oleh karena beberapa konsep dalam buku tersebut cenderung digunakan dalam lingkup program televisi, maka penulis akan memilih salah satu konsep yang cocok dengan fokus bahasan tentang program penyiaran radio, yaitu konsep elemen keberhasilan.

E.3.1. Elemen Keberhasilan

Programmer harus pandai menentukan jenis atau genre program yang menarik bagi audiens. Setelah menentukan jenis, tahap berikutnya menentukan elemen atau hal-hal yang harus dimasukkan dalam program berkaitan dengan target dan jenis daya tarik yang disepakati. Elemen-elemen untuk menyokong keberhasilan program, yaitu konflik, durasi, kesukaan, konsistensi, energi, *timing*, dan tren yang akan dijabarkan satu persatu sebagai berikut:

Konflik. Ada slogan sebuah iklan keripik kentang, berbunyi “*Life is never flat*” yang berarti hidup tidak pernah datar. Slogan tersebut mempunyai makna bahwa hidup tidak melulu dalam zona nyaman, sependapat, dan damai, pasti ada dimana individu atau kelompok saling berbenturan kepentingan dan memicu

terjadinya konflik. Maka dalam program acara sering kali memasukkan elemen konflik untuk menarik dan mempertahankan “greget” audiens.

Durasi. Sebuah program yang berhasil adalah program yang mampu bertahan lama. Pengelola program harus mampu merancang program agar mampu bertahan terus-menerus dan mempertahankan daya tarik program. Kunci dari mempertahankan program adalah memunculkan dan mengolah ide-ide.

Kesukaan. Pembawaan dalam membangun karakter mempengaruhi audiens untuk bersimpatik. Adakalanya audiens menyukai program bukan karena isinya, namun bisa juga karena menyukai karakter atau tokoh dalam program itu. Ketertarikan ini membuat audiens selalu menantikan kemunculan karakter atau tokoh di balik program acara tersebut.

Konsistensi. Dalam bukunya, Morissan (2011: 367) mengatakan “*suatu program harus konsisten terhadap tema dan karakter pemain yang membawanya sejak awal*”. Program acara yang konsisten terhadap tema atau konsep acara dan karakter pembawa acara, akan memudahkan audiens mengingat dan secara tidak sadar menyempatkan waktu untuk mendengarkan siaran acara tersebut.

Energi. Setiap program harus memiliki energi yang mampu menahan audiens untuk tidak mengalihkan perhatian kepada hal lain (Morissan, 2011: 369). Energi dalam program dapat berupa kekhasan mengenai sesuatu yang tidak dimiliki program atau radio lain sehingga menjadikan daya tarik tersendiri untuk menarik perhatian audiens.

Timing. Media penyiaran memiliki pembagian jam tayang atau jam siar, yaitu *fringe time* adalah jam 16.00-18.00 dan 22.00-00.00, *prime time* 18.00-22.00, dan *shoulder time* 00.00-16.00.¹ Pembagian jam tayang di atas menjadi pedoman bagi *programmer* untuk memperhatikan waktu yang tepat menyiarkan program berdasarkan konten acara.

Tren. Program acara harus peka terhadap hal-hal yang sedang digandrungi (tren) dalam masyarakat. Menurut Vane-Gross, program yang mengikuti tren bukanlah faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan. Menurutnya, tren bisa menjadi petunjuk terhadap selera audiens secara umum sehingga sedikit banyak memantau meningkatkan *rating* acara (Morissan, 2011: 373). Media penyiaran tetap dengan jalur program acara yang sudah ditentukan dan mungkin tidak *mainstream*, sebagaimana tren dalam masyarakat dijadikan “penyedap” dalam program.

Dengan menggunakan ketiga konsep pokok (manajemen penyiaran, interaksi sosial dan keberhasilan program) tersebut, penulis akan melihat bagaimana Program Acara “Angkringan Gayam” di Radio Geronimo dikelola untuk mencapai tujuan program acara.

Radio Geronimo dan Angkringan Gayam membutuhkan manajemen dalam pengelolaannya. Mengambil konsep manajemen penyiaran, oleh karena objek yang akan diteliti adalah radio. Dalam proses manajemen penyiaran juga

¹ Sumber: <http://decupid.blogspot.com/2011/03/istilah-dalam-dunia-tv.html> diakses pada 3 April 2014.

memerlukan interaksi sosial antar individu. Penelitian ini berfokus pada hubungan internal, yaitu anggota manajemen Radio Geronimo; dalam Angkringan Gayam, yaitu produser dan penyiar. Sedangkan hubungan eksternal, yaitu prodser dengan komunitas, siaran: penyiar dengan komunitas sebagai tamu, jadi terdapat interaksi sosial antara pelaku baik di dalam radio, maupun antara radio dengan komunitas. Manajemen dan interaksi sosial tersebut membutuhkan keberhasilan program sebagai target yang akan dicapai, yaitu berjalannya acara Angkringan Gayam. Oleh karena ketiga konsep itu, yaitu manajemen penyiaran, interaksi sosial, dan keberhasilan program relevan untuk dipakai sebagai “kerangka berpikir” dalam menganalisis problema dan pertanyaan penelitian berkaitan dengan Manajemen Penyiaran dalam “Angkringan Gayam” Radio Geronimo.

Untuk menganalisis pertanyaan di atas, penulis mebutuhkan data lapangan. Berdasarkan data lapangan inilah penulis akan menyampaikan jawaban terhadap pertanyaan penelitian di atas. Untuk itu, maka diperlukan metode penelitian untuk membantu penulis dalam mengumpulkan data, menganalisis, dan melaporkan hasil penelitian kepada pembaca. Maka, berikut ini saya sampaikan metode penelitian yang akan di pakai.

F. Metodologi Penelitian

Bagian ini merupakan bagaimana penelitian dilakukan. Metodologi penelitian mencakup jenis penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, akurasi data, dan analisis data.

F.1. Jenis Penelitian

Penulisan Karya Tulis Ilmiah ini akan menggunakan metode penelitian kualitatif. Pentingnya penelitian kualitatif adalah untuk menjelaskan data-data yang berbentuk lisan dan tulisan, penelitian dapat memahami lebih mendalam tentang fenomena-fenomena atau peristiwa-peristiwa *setting* sosial yang berhubungan dengan fokus masalah yang diteliti (Iskandar, 2008: 186). Berbeda dengan kuantitatif yang memerlukan populasi, sampel, dan kuisioner dalam memperoleh data, penelitian kualitatif dapat menggunakan berbagai jenis cara pengumpulan data seperti analisis dokumen, wawancara, dokumentasi, dan observasi yang sudah dituangkan ke dalam catatan lapangan atau transkrip.

Peneliti mengambil konsep dari Iskandar (2008: 204) yang akan menggunakan pendekatan fenomenologi, dimana penulis memaparkan fenomena yang sesungguhnya (*nature*) terjadi pada saat melakukan observasi partisipan. Fenomena tersebut akan dijadikan sumber data yang berdasarkan fakta lapangan (empiris). Misalnya dalam melakukan wawancara dan menggunakan alat bantu *recorder* untuk merekam pembicaraan, saat diberikan pertanyaan, informan mengangguk atau menggelengkan kepala yang tidak nampak dalam rekaman, dapat dituliskan serta dalam transkrip hasil wawancara. Anggukan atau gelengan kepala dan gerak tubuh serta mimik wajah dapat mempengaruhi dalam analisis data kualitatif.

F.2. Subjek Penelitian

Untuk memperoleh data dalam penelitian, peneliti sebaiknya menentukan terlebih dahulu siap yang akan dijadikan sebagai informan. Membaca dari buku milik Idrus (2009:25), *“informan ini adalah orang-orang kunci (key person), dengan asumsi subjek tersebut orang yang paling mengetahui seluk-beluk mengenai tema yang sedang diteliti”*. Acuan asumsi tadi, maka penulis akan menjadikan, *Pertama*, produser program acara “Angkringan Gayam” sebagai *key informant*, karena produser bertanggung jawab dalam manajemen penyiaran acara tersebut. *Kedua*, penyiar yang berperan sebagai pembawa acara sekaligus penjembaran antara “Angkringan Gayam” dengan komunitas tamu yang diundang. *Ketiga*, perwakilan dari komunitas Welfarian dan Sekolah Pasar Rakyat yang memenuhi undangan “Angkringan Gayam” dan tema yang mereka bahas mendapat banyak respon dari pendengar. Para subyek penelitian ini sekaligus dapat dipahami sebagai sumber data.

F.3. Jenis Data

Pengumpulan data penelitian kualitatif tidak menggunakan angka, namun kata-kata dan tindakan, selebihnya data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Jenis data sendiri, dibagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dengan cara langsung dari sumbernya. Cara yang bisa digunakan peneliti untuk mencari data primer yaitu observasi, wawancara semi terstruktur, dan wawancara secara mendalam. Sedangkan data sekunder merupakan data yang diperoleh atau

dikumpulkan peneliti dari semua sumber yang sudah ada. Data sekunder bisa diperoleh dari berbagai sumber misalnya Badan Pusat Statistik (BPS), jurnal, dan dokumen-dokumen lainnya.

Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya yaitu objek penelitian yang berupa kata-kata atau tindakan dari informan. Dalam hal ini peneliti akan melakukan wawancara dari pihak “Angkringan Gayam” dan komunitas tamu. Di sisi lain juga diperoleh dari sumber-sumber yang telah ada, yang berupa dokumentasi rekaman acara dan akun “Angkringan Gayam” dalam media sosial *Twitter*.

Pemahaman kedua jenis data di atas dibutuhkan sebagai landasan untuk menentukan cara dan langkah-langkah pengumpulan data penelitian.

F.4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data terlebih data primer, diperlukan beberapa teknik, yaitu observasi, wawancara semi terstruktur dan wawancara mendalam, serta dokumentasi data sekunder.

Observasi mengandalkan beberapa indera manusia untuk mendukung, terlebih dalam mengamati dan mendengarkan. Apa yang terlihat dan terdengar langsung dituangkan dalam tulisan, karena manusia memiliki keterbatasan dalam mengingat. Pengamatan dapat dilakukan juga secara terlibat langsung dengan objek penelitian (partisipatif). Penulis melakukan observasi partisipatif pada saat *Internship* dan melanjutkannya demi melengkapi data tambahan dalam penelitian mengenai manajemen penyiaran “Angkringan Gayam”.

Observasi menghasilkan data primer, misalnya proses siaran angkringan gayam, koordinasi antara produser dan penyiar, mencari dan mengundang komunitas tamu hingga kehadirannya menjadi tamu “Angkringan Gayam”.

Wawancara semi terstruktur, sebelum melakukan wawancara sebaiknya sudah menyiapkan daftar pertanyaan agar tidak melebar dari topik. Teknik wawancara semi terstruktur dalam praktiknya memungkinkan mengikuti alur dan menambahkan pertanyaan, sehingga tidak terlalu terpaku pada pertanyaan yang sudah ada. Wawancara dengan model seperti ini akan menciptakan suasana tanya jawab menjadi santai dan tidak kaku, sehingga informan juga nyaman untuk memberikan informasi.

Wawancara dengan teknik semi terstruktur menghasilkan data primer, misalnya pembagian kerja antara produser dengan penyiar, kriteria komunitas yang akan diundang, dan proses mencari hingga mengundang komunitas tamu.

Wawancara mendalam ini mengharuskan penulis mengambil subjek penelitian yang terbatas, yaitu para informan kunci. Menurut Iskandar (2008: 217), subjek penelitian dipilih karena dianggap terlibat langsung dalam interaksi sosial yang dianggap memiliki pengetahuan, mendalami situasi, dan mengetahui informasi untuk mewakili informasi atau data yang dibutuhkan untuk menjawab fokus penelitian. Penulis akan melakukan wawancara secara mendalam dengan produser “Angkringan Gayam” yang menjadi *key informant*, seperti telah terpapar di atas.

Teknik wawancara ini menghasilkan data primer, yakni data yang langsung diperoleh dari informan (dalam hal ini informan kunci). Wawancara mendalam memberikan peluang bagi penulis untuk mendalami inti informasi dari penelitian yang akan digali secara mendalam. Data yang hendak diperoleh misalnya mengenai perancangan acara, proses manajemen acara, monitoring tamu undangan, evaluasi keberhasilan program acara, kendala lapangan tak terduga, solusi atas kendala lapangan, koordinasi internal dan eksternal radio, dan respon pendengar terhadap program acara.

Dokumentasi menjadi data pelengkap yang mendukung penelitian untuk memberikan gambaran tentang keadaan atau fakta dalam lapangan. Dokumentasi akan melampirkan beberapa data dokumen milik “Angkringan Gayam” serta tambahan dari penulis saat melakukan penelitian.

Dokumentasi menghasilkan data sekunder, misalnya daftar komunitas tamu, rekaman acara “Angkringan Gayam”, dan kiriman di media sosial *Twitter* mengenai acara “Angkringan Gayam”.

F.5. Akurasi atau Keabsahan Data

Mengacu pada Meolong (Idrus, 2009: 145), untuk pembuktian validitas data ditentukan oleh kredibilitas temuan dan interpretasinya dengan mengupayakan temuan dan penafsiran yang dilakukan sesuai dengan kondisi yang senyatanya dan disetujui oleh pihak penelitian. Pembuktian validitas data dapat menggunakan triangulasi, yakni teknik membandingkan atau mengecek ulang kebenaran informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat berbeda.

Triangulasi dapat dilakukan misal dengan hasil wawancara dengan produser sebagai *key informant* dibandingkan dengan hasil wawancara dari penyiar dan pihak komunitas, kemudian penulis mencocokkan dengan catatan hasil pengamatan peneliti dan bukti dokumentasi. Setelah melakukan teknik pengecekan ini, akurasi atau keabsahan data yang diperoleh terjamin.

F.6. Analisis Data

Penulis memakai konsep dalam Idrus (2009: 147) mengenai analisis data milik Miles dan Huberman yang menyebutnya dengan model interaktif. Model ini terdiri dari: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Ketiga kegiatan tersebut saling berkaitan pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data berlangsung, pada saat itu pula peneliti membangun analisis. Model interaksi tersebut akan dijelaskan satu-persatu dibawah ini.

Reduksi data dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi catatan-catatan lapangan. Tahap ini berlangsung selama penelitian, karena banyaknya data kualitatif maka perlu melalui proses reduksi untuk memilah dan memilih mana data dan data dari siapa yang lebih dipertajam. Proses tersebut memungkinkan menyingkirkan beberapa data yang sekiranya tidak relevan dengan penelitian.

Penyajian data atau *display* data adalah langkah selanjutnya setelah data-data disortir. Penyajian data disusun secara sistematis sehingga data yang diperoleh dapat menjelaskan dan menjawab masalah penelitian.

Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan analisis lanjutan setelah reduksi dan penyajian data. Penarikan kesimpulan sementara masih dapat diuji kembali dengan merefleksikan kembali, sehingga kebenaran dapat dicapai. Setelah melalui ketiga tahap tersebut, maka tahap akhir pun dilakukan dengan menarik kesimpulan dalam bentuk deskriptif sebagai laporan penelitian.

Setelah pada bab ini menjelaskan mulai dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kerangka konseptual, hingga metodologi penelitian yang digunakan, pada bab berikutnya peneliti akan memaparkan mulai sejarah Radio Geronimo sampai seluk-beluk “Angkringan Gayam”.